

# «Ses normes élevées rendent le Bourgeon fort et précieux»

À l'occasion des 25 ans de Naturaplan, le Directeur de la Coop Joos Sutter parle des normes élevées du Bourgeon, de la valeur des denrées alimentaires et des plans de croissance du secteur bio.

**Monsieur Sutter, Coop veut augmenter le chiffre d'affaires des produits Naturaplan pour atteindre 2 milliards d'ici 2025 – contre 1 bon milliard en 2016. Est-ce réaliste?**

Joos Sutter: Nous sommes convaincus que les produits bio n'ont de loin pas encore atteint le zénith. Car le secteur bio progresse fort malgré que l'ensemble du commerce de détail soit sous pression. Les signaux de croissance de la Coop ont motivé près de 400 agricultrices et agriculteurs à passer en bio en 2017. Et il y en aura autant en 2018. Cela nous réjouit.

**Est-ce la Coop ou Bio Suisse qui va mener le jeu?**

Je vois Bio Suisse et Coop dans une collaboration à égalité. Elles se complètent par leurs connaissances différentes. Nous en savons beaucoup sur les besoins des clients et sur la commercialisation, tandis que Bio Suisse sait comment ça fonctionne dans la production.

**Comment atteindre cette augmentation des ventes?**

Par des nouveaux produits, par des activités et bien sûr par une large information et communication. Le coup d'envoi est donné cette année avec cet anniversaire. Avec Bio Suisse, nous avons développé une excellente base de production et garanti des structures de prix stables, des normes élevées et une distribution idéale. Tout cela doit être maintenu, il n'y a pas de baisses sur la voie qui mène à notre but.

**Il n'y a donc pas de menace sur les prix des producteurs?**

Non. L'ensemble de la filière de création de valeur, avec au début les producteurs Bourgeon, doit pouvoir profiter du développement. Il faudra cependant encore beaucoup d'in-

formation, car nous devons prendre les clients avec nous. Ils ne paient en effet davantage que s'ils identifient une vraie contre-valeur. La valeur du Bourgeon est la qualité, les normes élevées. Cela aussi a son prix. L'important est de ne pas oublier cela. Un dumping de qualité et de prix comme pour le Bio UE ne ferait que des perdants.

**Est-ce que les prix du bio ne sont pas trop hauts?**

Au final, la Coop ne fait pas de bénéfice avec les produits bio. Des producteurs en passant par toutes les étapes intermédiaires, il y a davantage de travail et donc des coûts plus élevés.

**Pourquoi Coop a-t-elle plus de frais pour les produits bio?**

Dans le secteur bio, Coop investit beaucoup plus pour la formation du personnel, pour la logistique et pour la recherche en collaboration avec le FiBL. Et le bio reçoit davantage des



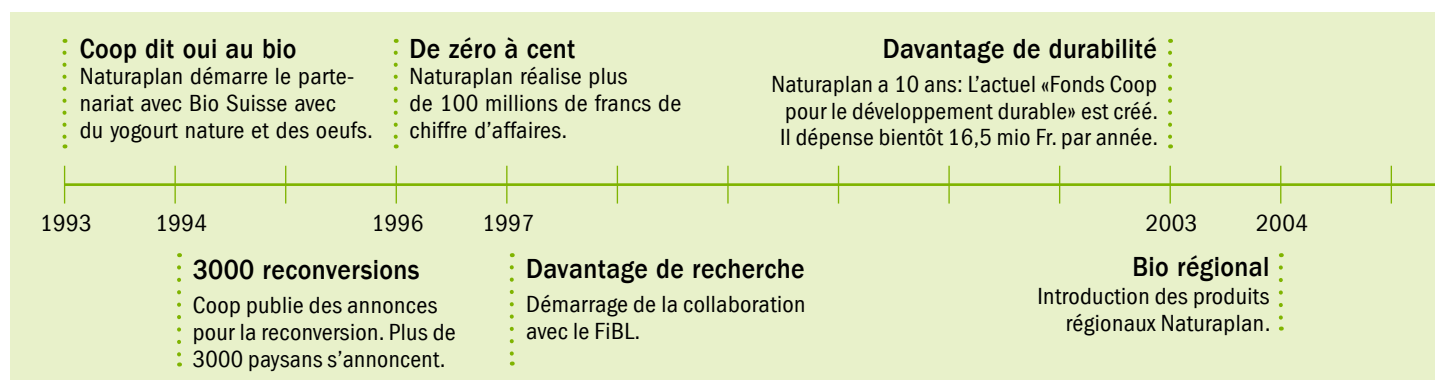
«Le bio est un pilier central de la maison.»

meilleurs mètres de rayons qui suscitent d'âpres luttes internes (rit). Et l'information de la clientèle, dans laquelle nous investissons des millions, est aussi incontournable.

**Le bio est-il ici une niche, un luxe ou un produit commun?**

Ce n'est pas un luxe si on donne aux denrées alimentaires la valeur qu'elles méritent. Nous savons tous que la part du sa-

## Les 25 ans de la création du Naturaplan de la Coop





«Nous misons de manière cohérente sur les meilleures normes bio», dit le directeur de la Coop Joos Sutter. Photos: Patrick Lüth

laire dépensée pour la nourriture est plus basse en Suisse que presque partout ailleurs – contrairement aux dépenses pour le logement, les voyages et les assurances-maladies. La plupart des gens pourraient se permettre du bio si c'était vraiment important pour eux. Et le bio n'est plus une niche – sa part de marché atteignait 8,4 % en 2016.

**Comment Bio Suisse pourrait encore mieux aider ses preneurs de licences?**

Bio Suisse et Coop ont lutté autour des nouvelles normes et elles continueront de le faire. Mais c'est justement cela qui fait une bonne collaboration. À mon avis, tous les preneurs de licences doivent être conscients que nous avons créé une valeur qui permet aux producteurs d'assurer une existence à long terme. Il faut en prendre soin. Si nous n'y arrivons, pas les clients cesseront vite d'être prêts à payer davantage.

**On entend bien sûr ça avec plaisir. La Coop fête cette année un quart de siècle de Naturaplan. Quel est votre bilan?**

Je crois que sans Naturaplan, le bio ne serait pas là où il en est en Suisse. Il y a plus de 6000 fermes bio et Coop est clairement le premier choix des clients bio.

La Coop a aussi été marquée sur le plan interne par cette décision qui a été pour ainsi dire le coup d'envoi de notre

*«La clientèle doit comprendre pourquoi la bio est plus cher, donc nous investissons des millions dans l'information.»*

Joos Sutter

orientation durable. Coop est maintenant considérée comme le détaillant le plus durable du monde. Nous continuons sur cette voie car c'est dans notre ADN et un pilier central de la maison. Même mon caddie est dominé par des produits bio.

Interview: Lukas Inderfurth, Bio Suisse, et Franziska Hämmerli

